

стійкості підприємств, проводиться інтегральна бальна оцінка. Одним з аналітичних методів дослідження ризиків є метод оцінки ризику на основі інтегрального показника, запропонований М. М. Внуковою і В. А. Смоляк. Суть методу в тому, що при наявності фінансової звітності, а саме: Балансу підприємства і Звіту про фінансові результати можна здійснити процедуру оцінки ризику діяльності підприємства. В основі методики – основні положення фінансового аналізу викладені в «Аналізі фінансової звітності» О. Кононенко та О. Маханько.

Присвоєння балів отриманому номінальному значенню показника пропонується здійснювати, виходячи з відповідності (або невідповідності) отриманого значення показника нормативному та його зміни в динаміці. На основі розрахованих показників визначається інтегральний показник фінансового ризику. Для оцінки загального рівня ризику необхідно обчислення величини інтегрального показника ризику.

Вибір бальних значень (0, 1, 2, 3) обумовлений тим, що при бальних оцінках кожен бал повинен чітко відрізнятися від наступного логікою оцінюваного параметра, але допустимо використання та проміжних значень в компромісних випадках, якщо такі є.

Таким чином, для найбільш точної та всебічної оцінки ризиковості фінансового стану готельного підприємства найбільш доцільним є визначення інтегрального показника фінансового ризику.

## **ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ТУРИЗМІ**

*Динько Д.М.*

*Науковий керівник – Богдан Н.М., канд. екон. наук, доцент*

В сучасних умовах посилення конкуренції та глобалізації бізнесу, коли ринок виробника замінений ринком споживача, особливо важливо для організацій туризму забезпечити конкурентоспроможність своїх послуг. Значною мірою вона залежить від якості самих послуг, але такої якості, що визначається споживчим попитом.

Саме тому сталість функціонування туристичних організацій багато в чому залежить від їх реакції на швидко мінливі запити споживачів, постійного впровадження інновацій в процеси проектування нових послуг, їх просування на ринок і реалізації.

Прагнення до швидкої дії в процесі аналізу зовнішнього середовища і обслуговування клієнтів є в сучасних умовах важливим фактором підвищення конкурентоспроможності туристичних організацій, що змушує їх все в більшій мірі використовувати сучасні інформаційні технології.

В умовах конкурентної боротьби будь-яке туристичне підприємство намагається знайти свій підхід до споживача, використовуючи весь можливий арсенал засобів і методів, які дозволяють забезпечити йому подальший розвиток та ефективну діяльність в перспективі. Саме тому потрібно розробляти стратегію, що буде спрямована на забезпечення потреб споживачів та задля поліпшення якості туристичних послуг, які надаються з використанням системного підходу в управлінні. Туристичні підприємства, що не приділяють значної уваги питанням якості, можуть збанкрутувати за дуже короткий проміжок часу [1].

Для забезпечення якості послуг туристичних підприємств потрібна не лише відповідна матеріальна база та зацікавлений й кваліфікований персонал, але і чітке управління якістю, яке має базуватися на сучасних концепціях та підходах. Кожному туристичному підприємству задля успішної та стійкої роботи необхідно реалізувати запланований обсяг послуг, забезпечити їх низьку собівартість, дотримуватися встановлених термінів при наданні послуг та забезпечувати необхідний рівень якості тощо [1].

Проте будь-які заходи, що пов'язані з підвищенням якості, вимагають істотних витрат, які не завжди сумісні з вимогою зниження собівартості послуг. Але, як довів американський дослідник в області якості Е. Демінг, при певних умовах підвищення якості може сприяти зниженню собівартості послуг, збільшенню продажу та завоюванню більшої частки ринку, що дозволяє підприємству отримувати більший прибуток та направляти його на подальше підвищення якості надаваних послуг [2].

Подібна ланцюгова реакція виникає при впровадженні в управління якістю системного підходу, заснованого на концепції загального управління якістю, що базується на принципах Е. Демінга. Але дана концепція не може бути швидко реалізована туристичними підприємствами, зокрема, через низьку організаційну культуру та відсутності достатніх знань у Науковий керівників туристичних фірм щодо методології та технології використання сучасного механізму управління. Тому постійне навчання управлінського персоналу і освоєння основних принципів побудови організаційної культури передових підприємств дозволить подолати труднощі, пов'язані з впровадженням системного підходу до управління якістю туристичних послуг.

Необхідно більш глибоко вивчати та впроваджувати механізми, що розроблені та активно діють у туристичних організаціях промислово-розвинених країн, а також потрібно більш активно брати участь в регіональних, національних та міжнародних конкурсах з оцінки якості.

Більшість організацій сфери туризму не використовують такий конкурсний механізм оцінки в своїй практиці, оскільки вважають, що він не сприяє поширенню передового, в тому числі закордонного, досвіду в сфері якості надання послуг.

Саме тому основними завданнями туристичного підприємства в сфері поліпшення якості надаваних послуг та використання системного підходу до управління якістю є такі:

- досягнути певного рівня якості надання туристичних послуг, який дозволить провести добровільну сертифікацію цих послуг;
- впровадити та сертифікувати систему менеджменту якості, що відповідає вимогам міжнародних стандартів (ISO 9000:2015) [2];
- вдосконалити систему якості із застосуванням визнаних систем, що розвивають концепцію загального управління якістю, наприклад, шляхом використання критеріїв національних премій за якість тощо;
- провести самооцінку діяльності туристичного підприємства, а у разі відповідності всім критеріям якості послуг – взяти участь в конкурсах на отримання відповідної премії тощо.

1. Мережко Н.В. Управління якістю: підручник / Н.В. Мережко, В.В. Осієвська, Н.С. Ясинська. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 216 с.

2. Український туристичний портал: [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://www.turkrajna.info.news>

## **ПРОГНОЗУВАННЯ СТАНУ ТУРИСТСЬКОГО РИНКУ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

***Трофимова К.О.***

*Науковий керівник – Богдан Н.М., канд. екон. наук, доцент*

Туристична галузь – це індустрія з високим рівнем конкуренції. Тому важливо мати достовірні прогнози її розвитку.

Природа туристичної індустрії зумовлює низький рівень надійності прогнозів різних подій у ній, бо все залежить від великої кількості факторів, значна частина яких некерована. При цьому ймовірність загального ризику мультиплікативно залежить від вірогідностей кожного з факторів.

На основі статистичних даних можна здійснити прогноз деяких чинників таких як: доходи від надання туристських послуг Харківської області, кількість суб'єктів туристської діяльності, кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристської діяльності.

Прогнози даних показників наведені на рисунках 1-3.

Для прогнозу використано поліноміальну криву четвертого ступеня, що застосовується для прогнозування обмежено, через свою